

## Tiedonantopolitiikkatekstien vaihtelevat tehtävät. Informointia, suostuttelua vai vakuuttamista?

---

*Merja Koskela*

*Filosofinen tiedekunta*

*Vaasan yliopisto*

*Disclosure policy is a genre that describes how listed companies define their operating principles and procedures for communication with the capital markets. The focus of this article is on expressions describing the communicative purpose of these documents. In Finnish companies' disclosure policies explicit expressions of the purpose of the document seem to form a rhetorical move. In this article, these expressions are studied and their potential rhetorical function is discussed in relation to how they intend to inform, persuade and/or convince the readers, i.e. in terms of ethos, pathos, and logos. The material of the study consists of 12 disclosure policies from Finnish companies published on their websites in English. The results of the analysis show that the expressions of purpose are highly intertextual in relation to each other as well as in relation to the rules and regulations governing the genre. The main rhetorical function of the expressions seems to be not to inform the readers of what they are reading, but rather to convince them of the expertise and trustworthiness of the company.*

**Avainsanat:** genre, retoriikka, sijoittajaviestintä, tiedonantopolitiikka, viestinnän tarkoitus

### 1 Johdanto

Tiedonantopolitiikka on yksi harvoista suomalaisten yritysten verkkosivuilla avoimesti julkaistavista viestintästrategiateksteistä (ks. Koskela 2013). Se on sijoittajaviestinnän genre, jonka tehtävänä on kuvata sijoittajille ja arvopaperimarkkinoiden muille toimijoille, miten yritys huolehtii viestinnällisistä velvollisuuksistaan pörssiyhtiönä (Finanssivalvonta 2008). Kyseessä on siis *informatiivinen* teksti. Informatiiviset yritysviestinnän genret ovat kuitenkin muuttumassa suostuttelevaan ja positiivisia mielikuvia herättävään suuntaan eli ne promotionaalistuvat (Bhatia 2010: 43). Tähän on monia syitä, joista yksi on verkkoviestinnän merkityksen korostuminen, joka on samalla tuonut uusia mahdollisuuksia genrejen hybridisoitumiseen (Mäntynen & Shore 2014).

Sijoittajaviestintä määritellään yleisesti niin, että se on strategisesti johdettua vuorovaikutusta yrityksen, sijoittajien, rahoitusyhteisöjen ja muiden yrityksen osakkeen arvoon vaikuttavien tahojen välillä, ja siinä yhdistyvät viestintä, rahoitus, markkinointi ja lainsäädäntö (NIRI 2014). Sijoittajaviestinnässä sekä lähettäjän että vastaanottajan asiantuntijuuden taso on yleensä korkea, mikä näkyy myös viestinnän tavoissa ja kielellisissä valinnoissa. Voidaankin sanoa, että sijoittajaviestinnällä on oma vakuuttamisen logiikkansa, jota myös tiedonantopolitiikan genre noudattaa ja palvelee. Tämän logiikan mukaan rehellisyyttä ja läpinäkyvyyttä pidetään tärkeämpänä kuin suoraa pyrkimystä vaikuttaa mielipiteisiin ja ostopäätöksiin (Marcus & Wallace 1997: 184–188). Tältä

perustalta lähtee myös luottamuksen rakentaminen yrityksen ja sijoittajien välille (Christensen & Cornelissen 2011: 387).

Yksi mahdollinen luottamuksen rakentamisen keino tiedonantopolitiikkateksteissä on ilmoittaa eksplisiittisesti, mitä varten teksti on olemassa. Tällaisia tekstin tarkoituksen kuvauksia voidaan pitää Swalesin (1990) tarkoittamana *retorisena siirtona*, eli genren funktionaalisen rakentumisen yhtenä vaiheena. Tässä artikkelissa tavoitteena on pohtia, miten tiedonantopolitiikkateksteissä kuvataan tekstin tarkoitus ja millaisia retorisia tulkintoja kuvauksista on tehtävissä informoinnin, suostuttelun ja vakuuttamisen näkökulmista. Näitä näkökulmia voidaan verrata Aristoteleen retoriikan logoksen, päätöksen ja eetoskäsityksiin, joten tutkimuksen menetelmälliset valinnat perustuvat toisaalta genreanalyysiin ja toisaalta klassiseen retoriikkaan (ks. esim. Bhatia 2004; Kuypers & King 2009).

## 2 Genreteoria ja retoriset siirrot

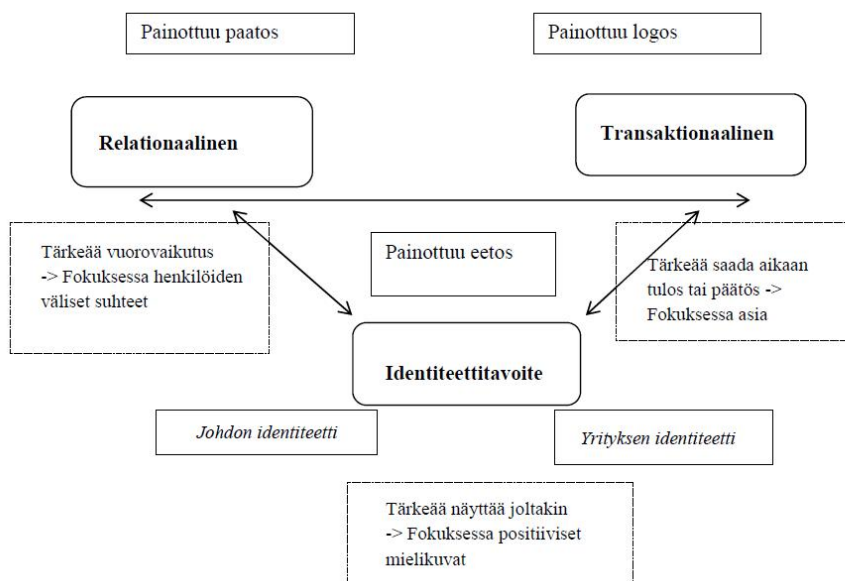
Tiedonantopolitiikkaa voidaan pitää omana genrenään, koska sillä on käyttäjiensä ymmärtämä tehtävä, sillä on nimi ja se kuuluu kiinteänä osana suomalaisten yritysten sijoittajaviestinnän genresysteemiin (Koskela & Kuronen 2014). Genresysteemillä tarkoitetaan yrityksen käyttämien eri genrejen muodostamaa elimellistä ja vuorovaikutteista kokonaisuutta, jossa tekstit ovat suhteessa toisiinsa yrityksen toiminnan logiikan mukaisella tavalla (ks. esim. Bhatia 2004: 53–54). Tiedonantopolitiikan määrittelyyn sopii hyvin staattinen ajatus genrestä sellaisten tekstien joukkona, joilla on tiettyjä yhteisiä piirteitä ja vakiintuneita ilmaisutapoja (ks. Solin 2009). Tämä johtuu siitä, että tiedonantopolitiikka on niin sanotusti ”ylhäältä annettu”: sitä ohjaavat vahvasti lait, säädökset ja suositukset (mm. arvopaperimarkkinalaki, kirjanpitolaki, Finanssivalvonnan standardit ja ohjeet, Arvopaperipörssin säännöt ja yhtenäiset tiedottamissäännöt sekä listayhtiöiden hallinnointikoodi). Tiedonantopolitiikka on siis erittäin intertekstuaalinen ja interdiskursiivinen genre (ks. Koskela & Kuronen 2014; Juholin 2013: 343). Toisin kuin monet dynaamisemmat genret, tiedonantopolitiikka ei siis ole teksti, jonka avulla joku tekisi päivittäistä työtään tai joita joku kirjoittaisi työkseen (vrt. Frow 2005: 14). Genren staattisuus ja valmiit mallit eivät kuitenkaan estä genreen kuuluvien tekstien dynaamista käyttöä ja erilaisia retorisia valintoja.

Keskeisin kriteeri, josta tiedonantopolitiikan tunnistaa genreksi, on sen viestinnän tarkoitus, jota mm. Swales (1990: 58) pitää keskeisenä genren kriteerinä. Viestinnän tarkoitukset osoittavat, mihin genreä tyypillisesti ja prototyyppisesti käytetään. Tämä taas heijastuu genren rakenteeseen ja jäsennykseen sekä näkyy vakiintuneina kielen piirteinä. (Askehave & Swales 2001) Prototyyppinen viestinnän tarkoitus puolestaan mahdollistaa genrelle muita, päätarkoitukselle alisteisia tehtäviä. Esimerkiksi lehdistö-

tiedotteen ensisijainen tarkoitus on välittää uutinen, mutta sillä voidaan samalla pyrkiä muokkaamaan lukijoiden mielipiteitä (Catenaccio 2008).

Viestinnän tarkoitukset eivät useinkaan saa tekstuaalista muotoa, vaan sekä päätarkoitus että muut tarkoitukset vaikuttavat implisiittisesti yhtä aikaa ja lukija tekee niiden välisestä suhteista oman tulkintansa (Candlin 2006: 26). Joidenkin genrejen, kuten myös tiedonantopolitiikkatekstien, vakiintuneeseen rakenteeseen kuitenkin kuuluu ilmaista eksplisiittisesti, mikä tekstin tehtävä on (Koskela & Kuronen 2014). Catenaccio (2008: 13) huomauttaa, että tällaisiin *ilmipantuihin* viestinnän tarkoituksiin pitää suhtautua kriittisesti. Yksi syy tähän on, että tällaiset ilmaisut ovat väistämättä retorisia eli tavoitteellisia ja välineellisiä (Crawford Camiciottoli 2013: 42–43). Catenaccion (emt.) mukaan voikin olla suuria eroja siinä, mitä tekstin sanotaan tekevän, mitä vastaanottaja tulkitsee tekstin tekevän ja mitä se todella tekee. Nämä erot edustavat kolmea eri näkökulmaa: lähettäjän ilmoittamaa tarkoitusta, vastaanottajan tulkitsemaa tarkoitusta ja tekstiin perustuvaa tarkoitusta. Myös genren tutkija voi lähestyä tutkimuskohdettaan näistä kolmesta eri näkökulmasta. Tässä artikkelissa tutkin lähettäjän ilmoittamaa tekstin tarkoitusta tietoisena retorisenä valintana.

Kuten olen edellä todennut, tulkitseen tässä artikkelissa viestinnän tarkoituksen eksplisiittisen ilmoittamisen tiedonantopolitiikkatekstien genressä *retorisiksi siirroksi*, eli tekstin funktionaalisen rakentumisen yhdeksi vaiheeksi (Swales 1981, 1990). Siksi tarkastelen vaiheen kielellisiä valintoja retoriikan näkökulmasta. Klassisen retoriikan käsitteitä mukaillen sijoittajaviestinnän tehtäviä ja tavoitteita voidaan havainnollistaa kuviossa 1 hahmotetulla tavalla (ks. Koester 2006: 10, 32, 52–55).



**Kuvio 1.** Sijoittajaviestintä vuorovaikutteisena retorisenä toimintana

Kuviossa 1 sijoittajaviestinnällä nähdään olevan yhtäältä transaktionaalinen tehtävä, jossa korostuu asiasisällön tehokas välittäminen. Fokuksessa on asia ja tavoitteena informoida vastaanottajaa. Klassisen retoriikan termein tämä tehtävä kuuluu logoksen piiriin eli pääasia on järkeen vetoaminen. Toinen sijoittajaviestinnän ulottuvuus on relationaalinen, jolloin fokukseen nousee hyvien suhteiden ylläpito ja vuorovaikutus. Tätä ulottuvuutta leimaa tunteisiin vetoava suostuttelu eli paatos. Kolmas keskeinen sijoittajaviestinnän tehtävä on identiteetin rakentaminen, johon vaikuttaa vahvasti puhujan uskottavuus eli eetos. (Ks. Crawford Camiciottoli 2013: 34) Tässä tehtävässä tärkeää on rakentaa yrityksestä sijoituskohteena mahdollisimman positiivinen kuva, jota tutkimusten mukaan tukee muun muassa johtajan vakuuttavuus ja yrityksen selkeä identiteetti (Chandler 2014: 160–162).

Tiedonantopolitiikkatekstien viestinnän tarkoitukset koostuvat ylhäältä annetun päätarkoituksen ja yritysten itse määrittelemien muiden viestinnän tarkoitusten kokonaisuudesta. Finanssivalvonnan (2008) suositusten mukaan tiedonantopolitiikkatekstien tarkoitus on määrittellä ne toimintaperiaatteet ja -tavat, ”joiden mukaisesti yhtiö kommunikoi pääomamarkkinoiden kanssa”. Tässä korostuu informointi eli logos. Tämän lisäksi jokainen yritys voi erikseen painottaa jotakin muuta tarkoitusta sen omaan genresysteemiin parhaiten sopivalla tavalla. Näin eri yritysten politiikkatekstien samanlaisuutta selittävät selkeä viestinnän tarkoitus, joka on ennalta annettu, ja siihen liittyvä intertekstuaalisuus. Tekstejä erottaa mm. se, mitä muita viestinnän tarkoituksia kuin ohjeiden noudattaminen tekstille annetaan (Koskela & Kuronen 2014). Tämä vaihtelu tekee näistä teksteistä intertekstuaalisesti erityisen mielenkiintoisia.

### **3 Aineisto ja menetelmä**

Tämän tutkimuksen aineisto on poimittu vuoden 2014 Suomen liikevaihdoltaan suurimpien yritysten listalta. Tarkasteluun valittiin listan 20 ensimmäistä yritystä, joista 12:lla oli verkkosivuillaan englanninkielinen tiedonantopolitiikkadokumentti. Taulukkoon 1 on merkitty, millä yrityksillä teksti oli saatavilla suomen- ja/tai englanninkielisenä.

Muista 20 suurimmasta yrityksestä neljä ei ole listautunut pörssiin, kolmella ei ole tiedonantopolitiikkaa ja yhdellä on maininta siitä, että tiedonantopolitiikka on hyväksytty, mutta itse dokumentti ei ole saatavissa. Näin ollen tarkasteltava aineisto koostuu 12 englanninkielisestä tiedonantopolitiikkadokumentista, ja sen laajuus on noin 22 000 sanaa. Yksittäisten dokumenttien pituus vaihtelee puolesta sivusta seitsemään sivuun.

**Taulukko 1.** Tiedonantopolitiikat Suomen liikevaihdoltaan suurimpien yritysten sivuilla 2014

Yritys	Tiedonantopolitiikka	Disclosure policy	Retorisen siirron sijainti tekstissä
Neste Oil	x	x	kpl 4 (tekstin 11. virke)
Stora Enso		x	kpl 2 (tekstin 6. virke)
UPM-Kymmene	x	x	kpl 1 (tekstin 1. virke)
Kesko	x	x	kpl 1 (tekstin 2. virke)
Outokumpu		x	kpl 1 (tekstin 6. virke)
Fortum		x	kpl 1 (tekstin 1. virke)
Sampo	x	x	kpl 2 (tekstin 6. virke)
Wärtsilä	x	x	kpl 1 (tekstin 1. virke)
Metso	x	x	kpl 2 (tekstin 4. virke)
Cargotec	x	x	kpl 3 (tekstin 7. virke)
Rautaruukki		x (1/2014 saakka)	kpl 2 (tekstin 3. virke)
Finnair	x	x	kpl 1 (tekstin 1. virke)

Analyysimenetelmä perustuu genreanalyysiin, jonka avulla aineistosta on poimittu ensin toistuvat retoriset siirrot. Yksi tällainen on tekstin tarkoituksen ilmoittaminen, joka löytyy jossain muodossa kaikista tiedonantopolitiikoista, yleensä tekstin ensimmäisestä tai toisesta kappaleesta (ks. Taulukko 1). Tarkastelen seuraavassa tekstin tarkoituksen ilmoittamisen intertekstuaalisia lähtökohtia ja kielellistä muotoa sekä pohdin sen retorista tehtävää kontekstissaan. Erityisesti keskityn logoksen, päätöksen ja eetoksen ilmene-mismuotoihin ja vertailen eri yritysten tekstien välisiä yhtäläisyyksiä ja eroja.

#### 4 Tekstin tarkoituksen ilmaiseminen ja sen tehtävä

Tiedonantopolitiikka on suositeltu mutta ei pakollinen genre. Finanssivalvonta (2008) suosittelee tiedonantopolitiikkaa yleisellä tasolla: ”Suosittelemme niiden toiminta-periaatteiden ja -tapojen määrittelyä, joiden mukaisesti yhtiö kommunikoi pääoma-markkinoiden kanssa”. (Suosituksen englanninkielisessä versiossa: *Issuers should define their operating principles and procedures for communication with the capital markets.*) Määrittely on mahdollista tehdä tiedonantopolitiikkatekstin avulla tai vaihtoehtoisesti vaaditut tiedot voi ilmoittaa yrityksen verkkosivuilla. Lisäksi tiedonantopolitiikka voi olla vain yrityksen sisäisessä käytössä. Myös tiedonantopolitiikkatekstien rakenne on määritelty Finanssivalvonnan suosituksissa. Suosituksissa todetaan, että tiedonantopolitiikassa olisi hyvä kuvata, ketkä ovat vastuussa sijoittajasuhteiden hoitamisesta ja mikä on suhteiden hoitamisen tavoite. Lisäksi tulisi kertoa, miten sijoittaja- ja analytikkotapaamiset järjestetään ja miten niissä toimitaan. Poliitikassa tulisi myös

kuvata, mitä periaatteita noudatetaan, kun markkinoille annetaan ohjeistusta, miten kriisitilanteet, kuten tulosvaroitusten antaminen, hoidetaan sekä muut keskeiset toimintatavat. (Rahoitustarkastus 2005; Koskela & Kuronen 2014)

Suosituksissa ei siis todeta, että tiedonantopolitiikassa pitäisi kertoa, mikä tekstin tavoite on. Tekstin tavoitteen eksplisiittisen ilmaisemisen tarvetta saattaa kuitenkin selittää se, että sijoittajaviestinnän vastaanottajiksi on ajateltu ensisijaisesti kansainvälisiä sijoittajia, jotka eivät tunne Suomen käytäntöjä. Tätä tulkintaa tukee se, että englanninkielinen versio on yritysten verkkosivuilla suomenkielistä tavallisempi (ks. Taulukko 1). Suomen markkinoita tunteville asiantuntijoille genren tavoitteet ovat tiedossa, joten heidän näkökulmastaan tekstin tavoitteen esittäminen ei ole informatiivista, vaan sen rooliksi jää vakuuttaa lukija yrityksen luotettavuudesta ja tiedonannon läpinäkyvyydestä, eli ominaisuuksista, jotka sijoittajan näkökulmasta vähentävät yllätysten riskiä markkinoilla.

Tekstin tavoitteen ilmaisemisen retorinen siirto kertoo joko, mitä tiedonantopolitiikkateksti tekee (8/12) tai mihin se pyrkii (2/12). Nämä ilmaisut olen tulkinnut tekstin tavoitteen eksplisiittiseksi kuvaamiseksi. Lopuissakin kahdessa tekstissä on heti alussa vastaava yleinen luonnehdinta, joista toisessa kerrotaan, mitä teksti korostaa ja toisessa kuvataan koko sijoittajasuhteiden tavoite (ks. Kuvio 2). Tavoitevirkkeen subjekti on tiedonantopolitiikkateksti, joka kuvataan aktiiviseksi toimijaksi. Toisin kuin Finanssivalvonnan suosituksessa, jossa nimenomaan pyydetään *määrittelemään (define) toimintaperiaatteet ja -tavat (operating principles and procedures)*, aineiston teksteissä politiikkateksti *linjaa (outlines)* tai *kuvailee (describes) periaatteita ja käytäntöjä (principles and practices)*. Kuviossa 1 on aineiston yleisin ”kaava” tekstin tavoitteen esittämiseksi:

• **Mitä dokumentti tekee (yleensä):**

- Disclosure policy of Company X *outlines*[1]/*describes* [7]
- the central[1] /key[2]/main [3] [operating {2}] principles and practices
- for communication/ followed by the company in communication with/on how Company communicates with /complies with in when communicating with/that Company applies to communications with
  - capital markets (representatives), the media, personnel, and other stakeholders (stakeholder audiences)

**Kuvio 2.** Kielelliset ilmaisut, joilla kuvataan, mitä tiedonantopolitiikkadokumentti tekee

Suosituksen sisältyy ajatus kaksisuuntaisesta viestinnästä, kun yhtiö kommunikoi pääomamarkkinoiden kanssa (*communication with the capital markets*). Tämä kaksisuuntaisen viestinnän ajatus sisältyy myös tavoitekuvauksiin, mutta pääomamarkkinoiden ja niiden edustajien lisäksi kuvaukseen sisällytetään joissakin yrityksissä lisäksi periaatteet, jotka koskevat viestintää henkilöstön ja muiden sidosryhmien kanssa. Tiedonantopolitiikkateksteissä toistetaan siis pienin muunnoksin samoja muotoiluja kuin Finanssivalvonnan suosituksessa. Uuden tiedon (logos) rooli tekstissä korostuu siinä, keiden kanssa viestimistä periaatteiden ajatellaan koskevan. Paatoksen näkökulmasta erityisesti media ja työntekijät nostetaan erikseen esille eli niiden tärkeyttä korostetaan. Eetoksen näkökulmasta taas voitaisiin tulkita, että samojen muotoilujen toistaminen osoittaa, että yritys on tietoinen suosituksista ja niiden sanamuodoista, joten se antaa itsestään asiantuntevan ja luotettavan kuvan.

Kahden yrityksen, UPM-Kymmene ja Keskon tiedonantopolitiikkatekstien alussa tekstin tarkoitus on muotoiltu hieman toisin. Niissä molemmissa korostetaan tavoitteellisuutta (*purpose, aim*) (ks. Kuvio 3). UPM-Kymmene tiedonantopolitiikassa intertekstuaalisuus liittyy sekä arvopaperimarkkinalain (L 746/2012) määräyksiin että Helsingin Pörssin sääntöihin (Nasdaq OMX Helsinki Oy 2013), joiden mukaan olennainen tieto on kerrottava yhtäaikaisesti, tasapuolisesti kaikille markkinaosapuolille ilman aiheetonta viivytystä. UPM-Kymmene siis kuvaa tiedonantopolitiikan tavoitteeksi taata juuri niiden periaatteiden toteutumisen, joita Finanssivalvonnan suositus edellyttää tiedonantopolitiikan määrittelevän. Samalla se tulee listanneeksi samat periaatteet, jotka on kirjattu lakiin ja pörssin sääntöihin.

• **Mihin dokumentti pyrkii:**

- “The *purpose* of UPM-Kymmene Corporation’s disclosure policy is to guarantee fair disclosure of information to the public and to make sure that disclosure is timely and consistent at all levels”
- ”The *aim* is to make Kesko’s activities better known and to increase the transparency of investor communication and thereby the attraction of Company as an investment target”

**Kuvio 3.** Kielelliset ilmaiset, joilla kerrotaan, mihin tiedonantopolitiikkadokumentti pyrkii

Keskon tavoitekuvaus eroaa muista siinä määrin, että voidaan kysyä, onko kyse enää samasta retorisesta siirrosta. Siirron paikka ja muoto ovat samat kuin muiden yritysten teksteissä, mutta Kesko ei suoraan sano, minkä tavoitteesta on kyse. Tavoite saattaa näin koskea sijoittajaviestintää yleisesti, ei pelkästään tiedonantopolitiikkaa (ks. Metson vastaava muotoilu alla). Keskon tavoitteenkuvaus on informatiivinen eli vetoaa logokseen, koska siinä ei toisteta suosituksia eikä lain muotoiluja. Paatosta eli suostuttelevuutta Keskon tekstissä edustavat sanavalinnat *increase transparency* (läpinäkyvyys on

jo saavutettu, koska sitä voidaan lisätä) ja *attraction* (vetovoima). Keskon luonnehdintaa voidaan myös pitää eetokseltaan rehellisenä ja avoimena, mikä vastaa sijoittajaviestinnän rehellisyyttä ja läpinäkyvyyttä korostavaa vakuuttamisen logiikkaa.

Aineistoon sisältyy lisäksi kaksi tekstiä, joista on vaikea päätellä, sisältyykö niihin varsinaisesti retorista siirtoa, jossa tekstin tarkoitusta kuvataan. Molempien tekstien alussa on yleinen luonnehdinta, joista toisessa kerrotaan, mitä teksti korostaa ja toisessa kuvataan koko sijoittajasuhteiden tavoite (ks. Kuvio 4). StoraEnson tiedonantopolitiikan muotoilu ei suoraan kuvaa, mitä tekstillä tehdään, mutta se sijaitsee tekstissä samassa kohtaa kuin muiden yritysten tekstin tavoitetta kuvaavat retoriset siirrot. Samalla tavoin kuin tekstin tavoitteen ilmaiseminen, myös korostettavien periaatteiden luetteleminen on suora vastaus Finanssivalvonnan suositukseen, jossa pyydetään *määrittelemään* yrityksen viestinnän toimintaperiaatteet. Periaatteiden luetteleminen ei kuitenkaan ole sama kuin määritteleminen. Periaatteiden listaamista voidaan pitää yhtenä järkeen vetoavana eli logokseen kuuluvana retorisena keinona (ks. esim. Jokinen 1999: 152–153). Se voi lisäksi toimia omana retorisena siirtonaan, jos se ei yhdisty tekstin tavoitteen ilmaisemiseen. Paatokseen kuuluvana suostutteluna StoraEnson listassa voidaan pitää lähinnä lueteltujen asioiden positiivista sävyä: lista sisältää yhdessä ja yleisesti hyvinä pidettyjä yrityksen ominaisuuksia. Samalla pitkä lista pyrkii vakuuttamaan lukijan yrityksen asiantuntevasta eetoksesta, koska listatut asiat ovat ajankohtaisia ja paljon esillä.

- **Mitä dokumentti korostaa:**
  - ”Disclosure policy emphasizes the importance of transparency, credibility, responsibility, proactivity and interaction” (StoraEnso)
- **Mikä on sijoittajasuhtedotoiminnan tavoite:**
  - “The goal of Metso’s Investor Relations is to support the correct valuation of Metso’s share by communicating correct, sufficient, and relevant information to capital markets”

**Kuvio 4.** Kielelliset ilmaisut, joilla kerrotaan, mitä dokumentti korostaa ja mihin sijoittajasuhteilla pyritään

Metson tekstin alussa oleva tavoiteilmaisu viittaa koko sijoittajasuhtedotoimintaan, ei pelkkään tiedonantopolitiikkaan. Tässä mielessä ilmaisu on Finanssivalvonnan ohjeistusta laajempi ja sellaisenaan vakuuttava, mutta käytännössä samansisältöinen kuin UPM-Kymmenen vastaava muotoilu. Paatokseen kuuluvaa suostuttelevuutta edustaa lähinnä adjektiivin *correct* toistaminen ja muiden positiivisten adjektiivien listaaminen. Lainsäädännön ja pörssin sääntöjen muotoilut toistuvat myös tässä tavoiteilmaisussa, joten logoksen eli varsinaisen informoinnin osuus jää vähäiseksi. Metson ja UPM-Kymmenen tekstien samanlaisuus ei myöskään liene sattumaa, koska yritykset edustavat samaa toimialaa.



## 5 Johtopäätökset

Olen tässä artikkelissa tarkastellut suomalaisten pörssiyhtiöiden tiedonantopolitiikkatekstien sisältämää retorista siirtoa, jossa kerrotaan, mikä on tekstin tehtävä. Tällainen retorinen siirto on muodossa tai toisessa tunnistettavissa lähes kaikista tarkastelluista 12 tekstistä. Tämä kertoo siitä, että tiedonantopolitiikka on suomalaisen sijoittajaviestinnän konteksteissa genre, jolla on vakiintunut rakenne. Samalla se osoittaa, että sijoittajaviestintä on hyvin intertekstuaalista.

Retoriikan näkökulmasta tarkasteltuna on kiinnostavaa, että juuri tekstien tavoitetta kuvaaviin ilmauksiin sisältyy niin vahvasti suositusten ja ohjeiden sanamuotojen toistamista. Yksi syy tähän voi olla, että Finanssivalvonnan määräämään ylhäältä annettuun genreen ei ole panostettu vaan muotoilu on kopioitu suoraan suosituksista tai toisilta yrityksiltä. Kuitenkin yrityksillä on myös aito tarve osoittaa sijoittajille olevansa hyviä ja luotettavia sijoituskohteita. Tämä näkökulma tarjoaa ohjeiden toistamiseen uuden näkökulman: yhteisten, hyväksytyjen ja ajankohtaisten kielellisten muotoilujen kopioiminen ja muuntelu osoittaa yrityksen asiantuntemusta.

Kuten Catenaccio (2008: 13) on todennut, tekstin kirjoittajan ilmoittamaa viestinnän tarkoitusta ei ole syytä ottaa annettuna. Viestinnän tarkoituksen ilmoittamisella on erityistä retorista potentiaalia. Koska tiedonantopolitiikkatekstit on suunnattu asiantuntijalukijoille, ohjeistusten toistamisella ei välttämättä ole informatiivista tehtävää. Suomalaisesta näkökulmasta tulkittuna tiedonantopolitiikkatekstien tavoitteen kannalta keskeiseksi nouseekin juuri vakuuttaminen eli yrityksen eetos. Yrityksillä on tarve vakuuttaa olevansa avoimia ja vastuullisia sijoituskohteita. Ollakseen vakuuttavaa avoimuudesta kertominen ei voi olla kovin paatoksellista, joten kielelliset valinnat ovat pääasiassa neutraaleja. Kielellistä promotionaalisuutta on siis vähän. Sijoittajaviestinnän vakuuttamisen logiikka ohjaa näin myös yksittäisten retoristen siirtojen kielellisiä valintoja.

## Lähdeluettelo

- Askehave, Inger & John M. Swales (2001). Genre Identification and Communicative Purpose: A Problem and a Possible Solution. *Applied Linguistics* 22/2, 195–212.
- Bhatia, Vijay K. (2004). *Worlds of written discourse: A genre-based view*. London: Continuum.
- Bhatia Vijay K. (2010). Interdiscursivity in professional communication. *Discourse & Communication* 21(1), 32–50.
- Candlin, Christopher N. (2006). Accounting for interdiscursivity: Challenges to professional expertise. Teoksessa: *New Trends in Specialized Discourse Analysis*, 21–48. Toim. M. Gotti & D. Giannoni. Bern: Peter Lang.
- Catenaccio, Paola (2008). Press Releases as a Hybrid Genre: Addressing the Informative/Promotional Conundrum. *Pragmatics* 18(1), 9–31.
- Chandler, Constance S. (2014). Investor Relations from the Perspective of CEOs. *International Journal of Strategic Communication* 8(3), 160–176.

- Christensen, Lars T. & Joep Cornelissen. (2011). Bridging corporate and organizational communication: Review, development and a look to the future. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 383–414.
- Crawford Camiciottoli, Belinda (2013). *Rhetoric in financial discourse. A linguistic analysis of ICT-mediated discourse genres*. Amsterdam & New York: Rodopi.
- Finanssivalvonta (2008). Tiedonantopolitiikka [online]. [lainattu 20.12.2014]. Saatavilla: <http://www.finanssivalvonta.fi/fi/listayhtiolle/listautuminen/tiedonantopolitiikka/Pages/Default.aspx>
- Frow, John (2005). *Genre*. Abingdon: Routledge.
- Jokinen, Arja (1999). Vakuuttelevan ja suostuttelevan retoriikan analysoiminen. Teoksessa: *Diskurssi-analyysi liikkeessä*, 126–159. Toim. Arja Jokinen, Kirsi Juhila & Eero Suoninen. Tampere: Vastapaino.
- Juholin, Elisa (2013). *Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi*. Helsinki: MIF.
- Koester, Almut (2006). *Investigating workplace discourse*. London & New York: Routledge.
- Koskela, Merja (2013). Same, same, but different – intertextual and interdiscursive features of communication strategy texts. *Discourse & Communication* 7(4), 1–19.
- Koskela, Merja & Marja-Liisa Kuronen. (2014). The essence of a hybrid genre: The causes of variation in corporate disclosure policies. Teoksessa: *Languages for Special Purposes in a Multilingual Trans-cultural World*. [online]. Proceedings of the 19th European Symposium on Languages for Special Purposes, 8–10 July 2013, Vienna, Austria. [lainattu 28.3.2015]. Saatavilla: <http://lsp2013.univie.ac.at/proceedings>
- Kuypers, Jim A. & Andrew King (2009). What is Rhetoric? Teoksessa: *Rhetorical Criticism. Perspectives in Action*, 1–12. Toim. Jim A. Kuypers. Lanham etc.: Lexington Books.
- L 746/2012 = *Arvopaperimarkkinalaki* 14.12.2012.
- Marcus, Bruce W. & Sherwood Lee Wallace (1997). *New Dimensions in Investor Relations. Competing for Capital in the 21st Century*. John Wiley & Sons.
- Mäntynen, Anne & Susanna Shore (2014). What is meant by hybridity? An investigation of hybridity and related terms in genre studies. *Text & Talk* 34 (6), 737–758.
- Nasdaq OMX Helsinki Oy (2013). Pörssin säännöt 1.7.2013. [online]. [lainattu 13.4.2015]. Saatavilla: [http://www.nasdaqomx.com/digitalAssets/86/86490\\_prssinsnt172013.pdf](http://www.nasdaqomx.com/digitalAssets/86/86490_prssinsnt172013.pdf)
- NIRI (2014). About us. Definition of Investor Relations. [online]. [lainattu 11.3.2015]. Saatavilla: <http://www.niri.org/FunctionalMenu/About.aspx>
- Rahoitustarkastus (2005). Standardi 5.2b. Liikkeeseenlaskijan ja osakkeenomistajan tiedonantovelvollisuus. Määräykset ja ohjeet. [online]. [lainattu 14.4.2015]. Saatavilla: [http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Tiedotteet/Arkisto/Ratan\\_valvottavatiedotteet/Documents/5.2b.std2.pdf](http://www.finanssivalvonta.fi/fi/Tiedotteet/Arkisto/Ratan_valvottavatiedotteet/Documents/5.2b.std2.pdf)
- Solin, Anna (2009). Genre. Teoksessa: *Handbook of pragmatics: 2009 Installment*, 1–18. Toim. J-O. Östman & J. Verschueren, J. Amsterdam: Benjamins.
- Swales, John M. (1981). *Aspects of Artice Introductions*. Aston ESP Research Report No. 1. Language Studies, University of Aston in Birmingham, UK.
- Swales, John M. (1990) *Genre Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.